

Tesis 324 TD 242

LA PROPAGANDA EN EL SIGLO XX

Antecedentes y aparición de la Propaganda Moderna

Su evolución y transformación en Propaganda Contemporánea

TOMO I



AUTOR: Prof. Lic. Eduardo Luis CALCAGNO
Padrino de Tesis: Dr. Alberto CASTELLS.

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Curso de Doctorado en Ciencia Política
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad del Salvador

Buenos Aires, 1990.

Universidad del Salvador
Sala de Lectura
de Ciencias Sociales

DEDICATORIA

A mis padres.

A Sonia y Guillermina Calcagno.

A mis maestros, en el conocimiento y en la vida.

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi profunda gratitud al Dr. Alberto Castells, padrino de tesis, por su inestimable guía intelectual, y a la Dra. Sulamis Silberstein, por su cálido apoyo profesional. Asimismo, extendiendo mi agradecimiento a las siguientes personas, que colaboraron en la realización de este trabajo:

Sr. Juan Carlos Millet, por su generosa contribución de material bibliográfico; Sr. Guillermo B. Miller, por la impecable tarea de mecanografía; Bibl. Nac. Graciela G. L. de Pezzano, por sus indicaciones en la presentación de la bibliografía; Sr. Jorge Pani, por la labor de troquelado.

Por último cabe expresar mi afectuoso recuerdo del Lic. Arturo Olmedo, residente ahora en el exterior, con quien compartí mis primeras inquietudes sobre el tema, así como el reconocimiento a mis alumnos de la Universidad del Salvador y de la Universidad Católica Argentina, paciente y fructífero auditorio ante el cual expuse, en la medida de su desarrollo, el contenido y las reflexiones de este trabajo, al que estimamos como una obra abierta a todos los aportes que reclamamos para su perfeccionamiento.

I N D I C ETOMO IPág.

. PROLOGO	1
. INTRODUCCION: EL MUNDO POLITICO Y LA PROPAGANDA	6
1. El mundo político.	6
2. El mundo político: reino de la instigación.	10
3. El mundo político y su fundamento dinámico.	14
4. La Propaganda: aspectos conceptuales.	19
5. La aparición de la Propaganda Moderna.	25
* Bibliografía correspondiente a la Introducción.	30
. CAPITULO I - LOS ANTECEDENTES DE LA PROPAGANDA MODERNA	33
I.1. La Propaganda en la Revolución Francesa.	33
I.1.1. El marco doctrinario de la Propaganda.	33
A) El Siglo XVIII y las ideas políticas.	33
B) La influencia de J.J. ROUSSEAU.	34
C) El marco doctrinario predominante.	36
I.1.2. Los factores facilitadores de la actividad propagandística.	38
A) La legitimación del poder.	38
B) La guerra y la Revolución.	39
C) El factor religioso.	41
I.1.3. Los instrumentos de la propaganda.	43
A) Las instituciones.	44
B) La prensa.	49
C) Los actos públicos.	50
D) La educación integral.	52
E) Las artes.	54
F) El ejército nacional.	55
I.1.4. Conclusiones.	55

I.2. Las transformaciones socio-culturales en el Siglo XIX.	57
I.2.1. Las transformaciones del marco global.	57
A) Las transformaciones técnicas.	57
B) Las transformaciones económicas.	59
C) Las transformaciones demográficas.	60
D) Las transformaciones institucionales.	61
I.2.2. Las transformaciones en el ámbito de la comunicación social.	62
A) Los aportes tecnológicos.	63
B) El aporte de la publicidad.	64
C) La aparición de las agencias de noticias.	67
D) El desarrollo de los periódicos.	69
I.3. La Propaganda en la I Guerra Mundial.	75
I.3.1. La escena mundial y las características bélicas.	75
A) La escena mundial en 1914.	76
B) Las características bélicas.	79
I.3.2. La Propaganda y la guerra.	84
A) El empleo de la Propaganda por los contendientes.	84
B) Características de la Propaganda aliada.	95
C) La Propaganda y los medios masivos de comunicación.	99
* Bibliografía correspondiente al Capítulo I.	107
. CAPITULO II - LA APARICION DE LA PROPAGANDA MODERNA: LA PROPAGANDA LENINISTA.	113
II.1. El marco ideológico.	114
II.1.1. El pensamiento revolucionario ruso pre-marxista.	114
A) El Nihilismo.	114
B) El Populismo.	117
II.1.2. El Marxismo ruso.	123
A) Etapa de su aparición (1880-1890).	124
B) Etapa de su florecimiento (1890-1900).	124
C) Etapa de revisión y adaptación (1900-1917).	125

II.2. El marco histórico.	127
A) El Gobierno Provisional.	130
B) El golpe de estado bolchevique.	132
C) El gobierno durante LENIN.	134
II.3. La concepción ideológica del Partido y de la Propaganda en la estrategia revolucionaria de LENIN.	142
II.3.1. Análisis de la obra "¿Qué hacer?...".	145
A) Antecedentes.	146
B) Líneas temáticas.	148
II.3.2. El rol de la Propaganda.	156
II.4. La instrumentación de la Propaganda Leninista.	158
II.4.1. Características generales.	159
A) El aspecto doctrinario.	160
B) Objetivos de impacto.	163
II.4.2. La organización de la Propaganda.	165
A) El factor organizativo.	165
B) La estructura organizacional.	167
II.4.3. Propaganda y medios de comunicación social.	172
A) La Prensa.	172
B) El aprovechamiento del desarrollo de la radio y de la cinematografía.	174
II.4.4. La Propaganda en los ámbitos de la Cultura y la Educación.	176
A) Propaganda y Cultura.	177
B) Propaganda y Educación.	181
C) Propaganda y Juventud.	187
II.4.5. La vigilancia de la actividad propagandística.	190
A) La coacción como refuerzo de la Propaganda.	192
II.5. La configuración de la Propaganda Moderna.	194
* Bibliografía correspondiente al Capítulo II.	199

. CAPITULO III - LA EVOLUCION DE LA PROPAGANDA MODERNA	207
III.1. Los lineamientos del marco histórico. (1918 - 1939)	208
III.2. La Propaganda Nacional-Socialista.	213
III.2.1. El desarrollo del Nacional-Socialismo.	213
III.2.2. Análisis de la obra "Mi lucha".	216
A) El marco doctrinario de la Propaganda.	217
B) La concepción de la Propaganda.	223
III.2.3. La instrumentación de la Propaganda.	229
A) Su organización.	229
B) Propaganda y Comunicación Social.	237
III.2.4. Conclusiones.	246
III.3. Las características de la Propaganda durante la II Guerra Mundial.	254
III.3.1. El conflicto bélico.	254
A) Aspectos de su evolución.	254
B) Características bélicas.	255
C) La Guerra Total.	257
D) La Propaganda: instrumento de guerra.	260
III.3.2. La implementación de la Propaganda.	262
A) La propaganda de las naciones del Eje.	262
B) La propaganda de las naciones aliadas.	269
III.3.3. Conclusiones.	281
* Bibliografía correspondiente al Capítulo III.	285
. CAPITULO IV - LA TRANSFORMACION DE LA PROPAGANDA MODERNA: LA PROPAGANDA CONTEMPORANEA.	288
IV.1. Una perspectiva de la situación internacional de la post-guerra.	288
IV.1.1. El marco ideológico.	288
IV.1.2. El marco económico.	289
IV.1.3. La configuración de la Propaganda Contemporánea.	292

IV.2. El factor publicitario.	294
IV.2.1. El sistema económico y la Publicidad.	295
A) La producción y la abundancia, pilares del sistema económico.	295
B) La manipulación de la demanda.	297
C) La Publicidad y su función modeladora.	299
IV.2.2. El conocimiento del consumidor.	303
A) El análisis del mensaje publicitario.	303
B) La Investigación Motivacional.	311
IV.2.3. La conquista del consumidor.	328
A) Década 1950-1960.	329
B) Década 1960-1970.	333
C) Década 1970-1980.	334
D) Década de 1980.	337
IV.2.4. La Propaganda Contemporánea y el insumo publicitario.	342
IV.3. El factor televisivo.	345
IV.3.1. El medio televisivo: aparición e importancia.	347
IV.3.2. El mensaje televisivo.	351
A) La recepción de la imagen televisiva: sus efectos.	353
B) Características peculiares del mensaje televisivo.	357
IV.3.3. La realidad televisiva.	362
A) La construcción de la realidad.	363
B) La presentación de la realidad.	366
C) La realidad televisiva como espectáculo.	370
D) El conocimiento del mundo político.	372
IV.3.4. La Propaganda Contemporánea y el insumo televisivo.	376
IV.4. La campaña electoral.	379
IV.4.1. El candidato.	383
IV.5. Las Propagandas Moderna y Contemporánea: una propuesta de diferenciación.	386
* Bibliografía correspondiente al Capítulo IV.	389

. CAPITULO V - LA EVOLUCION DE LA PROPAGANDA CONTEMPORANEA	397
V.1. La campaña de 1952.	397
V.1.1. La actuación de los profesionales publicitarios.	398
V.1.2. La campaña de avisos breves.	400
V.1.3. La cobertura televisiva de un acto político.	403
V.1.4. El apoyo de una agencia publicitaria.	404
V.1.5. Propaganda e intimidad del candidato.	404
V.1.6. El aporte de la Investigación Motivacional.	404
V.1.7. La iniciación de la Era de la Informática en la Política.	405
V.1.8. Propuesta de variables de investigación.	407
V.2. La campaña de 1956.	411
V.2.1. La intervención de agencias publicitarias.	412
V.2.2. El cambio de la imagen del candidato.	413
V.2.3. La utilización de la televisión.	413
V.2.4. El aporte de Hollywood.	415
V.2.5. La difusión de las técnicas.	416
V.2.6. La adecuación del candidato.	417
V.2.7. Propuesta de variables de investigación.	420
V.3. La campaña de 1960.	425
V.3.1. El empleo de las encuestas de opinión.	425
V.3.2. El debate televisivo.	427
V.3.3. Propuesta de variables de investigación.	436
V.4. La campaña de 1968.	440
V.4.1. La utilización de la televisión como base de la campaña.	442
V.4.2. Los aportes de los "creadores de imagen".	443
V.4.3. El empleo intensivo de la investigación de mercado.	446
V.4.4. Propuesta de variables de investigación.	449

	VII
V.5. Algunas consideraciones sobre la campaña de 1980.	452
V.5.1. El insumo publicitario.	452
V.5.2. La difusión de las técnicas.	453
V.5.3. La encarnación del "espectáculo político".	456
V.5.4. Propuesta de variables de investigación.	457
V.6. La campaña de 1988.	464
V.6.1. El abstencionismo.	464
V.6.2. La influencia de la televisión.	465
V.6.3. El asesoramiento multidisciplinario.	466
V.6.4. El "síndrome del campeonato".	468
V.6.5. Las plataformas electorales.	469
V.6.6. La Publicidad Negativa.	470
V.6.7. Propuesta de variables de investigación.	475
V.7. ¿Hacia el retorno a las fuentes?	479
V.7.1. La televisión: ámbito preponderante de la campaña.	479
V.7.2. El recurso a las emociones.	481
V.7.3. El "fenómeno JACKSON".	482
V.7.4. ¿Hacia el retorno a las fuentes?	484
V.8. Enriquecimiento de la propuesta de diferenciación entre las Propagandas Moderna y Contemporánea.	486
V.9. Un aporte bibliográfico.	492
V.10. Al final del camino.	496
* Bibliografía correspondiente al Capítulo V.	500
. ALGUNAS PALABRAS FINALES .	509
. BIBLIOGRAFIA GENERAL.	510

PROLOGO

Si tuviéramos que definir el rasgo preponderante que caracteriza a la actividad política de nuestros días, en calidad de elemento influyente en la relación gobernantes - gobernados, no dudaríamos en otorgar a la Propaganda dicha propiedad.

El citado elemento, en cuanto método de persuasión para lograr consenso, se utilizó en forma rudimentaria durante todo el transcurso de nuestra civilización, pero es en nuestro siglo cuando adquiere entidad propia con la aparición de la Propaganda Leninista, que inaugura el proceso de la Propaganda Moderna.

La mencionada modalidad, tras su evolución y mutación en lo que denominamos como Propaganda Contemporánea, poseerá un creciente protagonismo que desembocará en el rango que sustenta en su manifestación actual.

La importancia de tal fenómeno nos condujo a estudiarlo y, posteriormente, transmitir nuestras reflexiones en la actividad docente de esta Universidad. Como producto de ello, comprendimos aspectos de la vida política que no hubieran podido ser aprehendidos sin un adecuado conocimiento de la incidencia de la Propaganda sobre aquélla.

Asimismo, estimamos que el desarrollo de la temática en su aplicación sobre la realidad política, al menos en nuestro país, no ha sido acompañado por un esfuerzo similar en el ámbito de la reflexión teórica.

En razón de lo dicho nos dispusimos a enfocar el tema de nuestra tesis doctoral sobre la citada temática. A tal efecto nos propusimos, con el desarrollo de nuestro trabajo, alcanzar los objetivos siguientes.

Como objetivo general: el estudio de la aparición de la Propaganda Moderna a través de un esquema básico de análisis de los

antecedentes de su gestación, su irrupción, los principales rasgos de su evolución, los factores condicionantes de su transformación en Propaganda Contemporánea -conformados fundamentalmente por la Publicidad y la Televisión- y el proceso a través del cual ésta adquirirá su identidad.

En cuanto a objetivos específicos: la ubicación del rol de la Propaganda en la actividad política; la investigación de los antecedentes de la Propaganda Moderna (P.M.); la descripción de su aparición y características; la presentación de sus principales rasgos de evolución; la propuesta de su transformación en Propaganda Contemporánea; la determinación y descripción de la incidencia de la Publicidad y la Televisión en dicha transformación; la conformación de la identidad de la Propaganda Contemporánea, y, la postulación de variables de investigación sobre la temática de ésta última.

En calidad de objetivos particulares: en primer término, presentar un marco sistematizado para el estudio y la investigación de la Propaganda en el ámbito universitario y en los centros de opinión de nuestro país. En segunda instancia, proponer una metodología de análisis para la investigación del fenómeno de la Propaganda. En tercer lugar, ofrecer un marco para la formulación de principios y criterios de aplicación de las técnicas de persuasión en la actividad política. Por último, postular al campo que abarca el estudio de la Propaganda como una alternativa válida de especialización profesional, tanto para los egresados de la carrera de Ciencia Política cuanto para aquellos graduados en Publicidad, que es el auditorio que se abarca en nuestra actividad docente.

De acuerdo a los objetivos presentados, en la Introducción a nuestro estudio nos referiremos a las características que posee el mundo político -ámbito en el que se mueve la Propaganda-, a los aspectos conceptuales de la misma así como a la presentación del fenómeno de la Propaganda Moderna.

En el Capítulo I abordaremos al antecedente mediato de la Propaganda Moderna, la propaganda en la Revolución Francesa, en razón del aspecto globalizante de la actividad humana que ésta posee y que se trasuntará en el sesgo totalizador que poseerá aquélla. Dicho antecedente será precedido por la presentación de los marcos doctrinario e histórico en los cuales se desenvuelve, válido para ubicar adecuadamente a la actividad propagandística.

Asimismo se describirán los cambios socio-culturales que, durante el siglo XIX, coadyuvan a la posterior aparición de la P.M., como así también la propaganda implementada durante la I Guerra Mundial, a la cual le adjudicamos calidad de antecedente inmediato de la P.M., en razón del sesgo abarcativo y globalizante de su accionar.

La aparición de la P.M., corporizada en la Propaganda Leninista, será tratada en el Capítulo II, indicándose en forma precedente el marco ideológico que influirá en el pensamiento de LENIN y que se trasuntará en el rol asignado en éste a la actividad propagandística, así como presentándose la circunstancia histórica de su desenvolvimiento.

Posteriormente a ello, se expondrá la concepción ideológica de la Propaganda en LENIN, de acuerdo al análisis de la obra "¿Qué hacer?...", así como la instrumentación, organización y características fundacionales de la Propaganda Moderna.

En la evolución de la P.M., que conforma el Capítulo III, se subrayarán los aportes provenientes de la Propaganda Nacional-Socialista, así como aquellos devinientes de la actividad propagandística desarrollada durante la II Guerra Mundial.

Finalizado el tratamiento del citado conflicto, exponemos la transformación de la Propaganda Moderna en Contemporánea, fundamentalmente en razón de la intervención protagónica de dos factores: la Publicidad y la Televisión. Del análisis de ambos

factores y del insumo que la Propaganda hace de ellos nos ocuparemos en el Capítulo IV, al final del cual ofreceremos una propuesta de diferenciación entre las Propagandas Moderna y Contemporánea.

Por último, en el Capítulo V desarrollaremos la evolución de la Propaganda Contemporánea a través de la identificación y el análisis de los signos distintivos que, manifestándose en el campo electoral de los Estados Unidos en la segunda mitad de nuestro siglo, le otorgarán identidad a esta nueva modalidad del fenómeno propagandístico.

Al finalizar dicho Capítulo, enriqueceremos la propuesta de diferenciación entre las Propagandas Moderna y Contemporánea, a raíz de las reflexiones originadas por la observación del proceso evolutivo de ésta última.

Cabe agregar que, al final del análisis de cada campaña electoral, se realizará una propuesta de variables de investigación sobre la temática tratada, como una contribución a la corporización de un campo específico de estudio de la Propaganda de nuestro tiempo.

Es de importancia destacar que al referirnos al fenómeno de transformación de la Propaganda Moderna en Propaganda Contemporánea estamos expresando el cambio de protagonismo que, en el campo de la Propaganda, se produce a partir de la segunda mitad de nuestro Siglo.

En dicha época, el rol protagónico deja de ser ejercido por la Propaganda Moderna, con su característica totalizante, manifestada explícitamente, y pasa a ser operativizado por otra modalidad de la actividad propagandística, la Propaganda Contemporánea que, pese a actuar en un ámbito formalmente democrático, tiende a condicionar globalmente, pero de una manera sutil e implícita, a la personalidad humana y a su contexto de actuación.

Para concluir, es importante mencionar que la originalidad del aporte que nos proponemos demostrar -a título de hipótesis- radica en la siguiente estructura metodológica:

- a) El enfoque de investigación y sistematización sobre la evolución de la Propaganda Moderna.
- b) La postulación y caracterización de la Propaganda Contemporánea.
- c) La descripción de la influencia que la Publicidad y la Televisión ejercen sobre la actividad política.
- d) La presentación del desenvolvimiento de la identidad de la Propaganda Contemporánea, así como la propuesta de diferenciación de ésta con la Propaganda Moderna.
- e) La propuesta de variables de investigación sobre los signos distintivos de la Propaganda Contemporánea.

Habiendo realizado la presentación de las características de nuestro trabajo, invitamos al lector a acompañarnos en la lectura del mismo, presuponiendo que ella le brindará lo que constituiría el título alternativo del mismo: una visión panorámica del desarrollo de la Propaganda en el Siglo Veinte.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCION:

EL MUNDO POLITICO Y LA PROPAGANDA



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

1. EL MUNDO POLITICO

Para comprender en profundidad el fenómeno de la Propaganda, consideramos imprescindible penetrar en la conformación de la naturaleza del ámbito donde ella desarrolla su potencial, del mismo modo que para lograr una adecuada comprensión de las ideas, motivaciones, actitudes, etc., de la persona humana, es timamos que, debemos necesariamente ubicarla dentro de su circunstancia, es decir, el ambiente donde la misma se desenvuelve.

Por lo tanto, y a esos efectos, nos proponemos definir la naturaleza de dicho ámbito, conformado por el mundo político, manifestando que es, fundamentalmente, de esencia espiritual, ya que no se constituye en expresión directa de una realidad sino que, por el contrario, se halla "inundado" de ideas que son las que otorgan significado a los fenómenos tangibles que se manifiestan en dicha realidad.

Esa especie de argamasa de ideas, que conforma el contenido del mundo político, adquiere una entidad estructurada a través de un universo compuesto de representaciones, creencias y apariencias.

De tal forma, el orden político se basa sobre un aparato de representaciones; así, por ejemplo, la autoridad existe porque es pensada por los súbditos, representada en su interioridad, es decir que el fundamento de su potencia no es intrínseco a ella, sino que reside en el consenso que se genera hacia la misma en la intimidad del súbdito.

El proceso que genera dicho consenso se nutre de dos variables: por un lado, la que podríamos denominar como "variable positiva", a través del crédito que el súbdito otorga a la persona que ocupa una posición de autoridad, debido a impresiones subjetivas sobre la misma; y, por otro lado, lo que nos permitimos nominar como la "variable negativa", entendiendo por tal

la leve y difusa sensación originada por la confluencia de respeto y temor que suscita la autoridad. Vale aclarar que dicha sensación funciona, básicamente, a través de la internalización de las normas que ordenan la vida social, en un proceso por el cual el individuo, ante la aparición de un deseo de transgresión de las mismas, siente en forma simultánea la condena a la que se haría pasible en caso de efectivizar tal deseo.

Ahora bien, en la base de esas representaciones actúan las creencias, aquello que no se discute, que se da por supuesto. De tal forma, por ejemplo, porque se cree en las virtudes de un orden democrático, el mismo, en última instancia, permanece vigente en una comunidad, constituyendo esa creencia una especie de apoyo implícito e indispensable para la subsistencia del mismo.

Por último, lo que podríamos llamar "la realidad" del mundo político, que se cosifica en la actividad política, se halla denominada por las apariencias. En este aspecto, es válido recordar la importancia que Nicolás Maquiavelo atribuía a las apariencias para el ejercicio del poder por parte del príncipe, partiendo de la premisa que él establecía: "Todos ven lo que aparentas ser, pocos conocen lo que eres".

Al respecto es importante mencionar que, en el mundo político, muchas veces "la función hace al hombre"; así ocurre que a pesar de la jerarquía que invierte un individuo en un puesto de autoridad, la misma, en no pocas oportunidades, no suele coincidir con los valores reales del mismo individuo. Pero esa falencia es compensada por el prestigio que deviene del cargo, independientemente de quien sea su ocupante.

Ese beneficio secundario que otorga cualquier puesto de autoridad puede ser consolidado por la apariencia de correspondencia con los valores supuestamente necesarios para su ejercicio, así como también por una tendencia generalizada, por parte de los gobernados, de búsqueda de acercamiento hacia aquél, deviniendo

de razones de conveniencia o, aún más, de ese vago sentimiento de difuso temor inspirado por cualquier nivel de jerarquía, en un sistema formal de autoridad de cualquier comunidad política.

Como digresión debemos manifestar que nuestro enfoque de la Propaganda nos hará visualizar a la actividad política tal cual es, y no como debiera ser, observándose que no todo es racional en ella y lo visible no le agota.

Ahora bien, ¿cuál es el origen de aquel vago sentimiento de difuso temor inspirado por cualquier autoridad?. Ello nos remonta al origen sagrado de "lo político", entendiendo por esto a la estructura de relaciones de mando y obediencia establecidas en una comunidad para la consecución de un bien común a la misma.

Desde la época de las comunidades primitivas, dicha estructura se constituyó en una necesidad imperativa para la supervivencia del grupo, ya que debido a su existencia se aseguraba el orden necesario, en que se desenvolvería la convivencia. En razón de la cualidad de "lo político" de crear un ambiente indispensable para la vida, sus ritos obtuvieron originalmente un carácter sagrado. De ahí que la política naciera en los templos.

Aún en nuestros días subsisten atisbos del origen sagrado de lo político. Ello lo podemos detectar tanto en aquel misterioso síntoma de temor que subsiste ante cualquier nivel de autoridad, como así también en el ritual que encierra el ceremonial del poder, teniendo un ejemplo de ello en la transmisión del mandato presidencial.

Con respecto al síntoma de temor mencionado caben realizar dos acotaciones: por un lado, que no es similar al miedo, sino que lo debiéramos visualizar como ese vago estremecimiento que experimenta un fiel al penetrar al templo de su culto; por el otro, que su extensión es inversamente proporcional al grado

de desarrollo cultural, no sólo intelectual, de un individuo o de una comunidad. Con esto queremos expresar que una mayor comprensión y reflexión sobre las experiencias históricas, acompañadas de un sostenido esfuerzo por el desarrollo pleno de las potencialidades de los individuos, dará como resultado una merma de intensidad del síntoma en una sociedad.

De lo antedicho se desprende que a la actividad política, desde sus orígenes a nuestros días, podríamos descomponerla en dos tipos de actividades.

En primera instancia, la que denominaríamos "actividad elemental". A través de ella la actividad política establece relaciones humanas que permiten a los hombres convivir en un medio social que les es indispensable. Recordemos con esto a Aristóteles y su concepto del *zoon politikón*, el hombre sociable por naturaleza.

En segundo término, la que conceptualizamos como "actividad imaginativa". Ella deriva de la tendencia natural de toda autoridad para magnificar su potestad y, consecuentemente, para reforzar la obediencia, por parte de los súbditos. En sus orígenes, como vimos, la autoridad recibió el prestigio que le conferían las virtudes de lo sagrado. Cuando éste elemento deja de brindar eficacia como sostén de aquel prestigio, la razón va ocupando paulatinamente su lugar, a través del posicionamiento de las Filosofías Políticas, que paulatinamente reemplazan a los ritos por las leyes y a los sacerdotes por los gobernantes.

Pero aún en este estadio, subsiste la actividad imaginativa, ya que el edificio institucional, con el aparato jurídico como armazón y animado por la voluntad política, continúa basado en un conjunto de representaciones, creencias y apariencias.

De lo hasta aquí mencionado, y a los efectos de su remarcación, conviene exponer los siguientes conceptos vertidos sobre el mundo político:

- a) Su esencia espiritual.
- b) Su entidad estructurada mediante un universo de representaciones, creencias y apariencias.
- c) El origen sagrado de lo político.

Dichos elementos, con sus derivaciones y consecuencias expuestas, tiñen, por una parte, el ámbito donde se desarrolla la Propaganda. Pero, por otra parte y como se tratará de exponer en este estudio, constituirán para ella "puntos de fuerza" que la Propaganda tratará de potenciar para lograr optimizar la eficacia en su accionar.

2. EL MUNDO POLITICO: REINO DE LA INSTIGACION

En el mundo político, del cual se delineó gruesamente los trazos que surcan lo que podríamos denominar su "clima espiritual", los fenómenos que en él se desarrollan, si los observamos con el objetivo de analizarlos al máximo nivel de sencillez, se nos aparecen como relaciones entre hombres. De tal forma, la acción política elemental y básica estaría constituida por la actuación del hombre sobre el hombre.

En este enfoque microscópico del mundo político, el carácter de politicidad de dicha actuación estaría definido como el esfuerzo sistemático que un hombre realiza para mover a otros hombres en pos de algún proyecto deseado por aquél. De este concepto deseamos remarcar la importancia de la acción de mover a otros hombres.

Con tal propósito, comenzamos trasladando el esquema básico de la comunicación humana (EMISOR → MENSAJE → RECEPTOR) al

campo de la actuación política, obteniendo de tal forma los siguientes elementos: INSTIGADOR (A) → INSTIGACION (B) → RESPUESTA (C).

En este esquema, nuestra propuesta se basa en comprender que si A pretende "mover", a través de B, a que C realice la acción por él sugerida, lo que podríamos denominar como "punto de fuerza", es decir, la última ratio de la respuesta requerida, radica en C y no en A. Esto, llevado a la teoría política convencional, en el sentido de nivel de macro-análisis, nos transporta a la cuestión de la relación de Mando y Obediencia, donde la existencia de aquél se fundamenta en el logro de ésta, cuya llave decisoria reside en el aval que a ella le confiere el gobernado o súbdito.

Volviendo a nuestra propuesta de análisis, el éxito de la instigación no se produce tomando como única causa la persona del INSTIGADOR, sino a través de un proceso de interrelación entre A, B y C. De acuerdo a ello, el esquema se enriquece observando que la instigación a "ser movido" a que es expuesto C, obtendrá de éste una respuesta cuyos componentes actuantes a los efectos de una decisión, contemplarán los siguientes elementos:

- a) El factor "quién", es decir, las representaciones que en C actúen sobre la "calidad" de A. En este aspecto juega el crédito que se otorga a éste en razón de sus cualidades personales, profesionales, lazos de afecto que unan a ambos, comunidad de ideales, y todos los factores que inclinen a C a responder afirmativamente a la instigación propuesta por A, independientemente de la valoración que haga sobre B.

Como ejemplo, podríamos presentar el caso del miembro de un partido político que, aunque no se encuentre convencido de la instigación a la acción propuesta por su líder partidario, responde afirmativamente en razón del prestigio que para él posee el mismo.

- b) El factor "qué", es decir, la calidad de la instigación. En este sentido se privilegia el peso que posee la instigación en cuanto tal, independientemente de la persona del instigador.

Siguiendo con el ejemplo del miembro partidario, sería el caso en que éste otorga una respuesta positiva en razón de su aprobación a la instigación y no a causa de su adhesión al titular de su agrupación, del cual le separan, en este caso, notorias diferencias acerca de la concepción del partido.

- c) El factor individual: Aquí observamos que la respuesta de C, no sólo estará condicionada por los factores "quién" y "qué", sino también por la influencia de su propia personalidad que, moldeada por su pasado y por sus convicciones, pesará significativamente en el carácter de su pronunciamiento.

A través de lo expuesto, y como nos propusimos al principio, hemos tratado de remarcar la importancia que, para este estudio, contiene la acción de mover a otros hombres a través de una instigación. Sobre esta idea, y prosiguiendo con nuestro nivel de análisis, se basa cualquier proyecto político, entendiéndose por tal el proceso mediante el cual se piensa provocar la producción de un hecho político, buscándose a tal efecto la solidaridad derivada de acciones cooperantes al logro del hecho, a través de la captación de las voluntades en pos de ganarlas para el éxito de su causa.

Ahora bien, ¿cuál es el fenómeno primario, capital, que desencadena ese proceso de captación de voluntades?. El mismo se conforma en una relación que ocupa un lugar central en todo fenómeno político: la influencia de las palabras sobre las conductas de los hombres; claro está que no son las palabras "per se", sino en cuanto expresión verbal de ideas.

La palabra, como elemento primario de persuasión, para surtir el efecto deseado debe aunar en su exteriorización la acción conjunta de sus dos componentes fundamentales.

Por un lado, la atracción que inspira la idea que proclama. En política, la atracción que una idea suscita radica, más que en su novedad, en la consonancia con las expectativas, deseos, esperanzas y temores de sus receptores.

Por otro lado, el otro componente es el estilo, entendiendo por ello no sólo la justa elección de las palabras sino además el orden adecuado que, determinado por el genio del idioma, se observe en su expresión.

Como ejemplos de esa armónica interrelación entre idea y estilo, observamos que las líneas doctrinarias de mayor impacto han logrado sintetizar en textos breves la esencia de su doctrina: el Cristianismo, en el Credo; la Revolución Francesa en, por un lado, el "Contrato Social", de J.J. Rousseau y, por el otro, la "Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano"; el Marxismo, en el "Manifiesto Comunista" de C. Marx y F. Engels.

Però es fundamentalmente en el "Credo" y en el "Contrato Social" donde impera el balance exacto entre idea y estilo, ya que a la brillantez de la idea se aúna la concisión y exactitud de su expresión. Tanto en uno como en el otro texto, no sobra ni falta ninguna palabra.

De lo anteriormente expuesto y ya situándonos en el marco de análisis de la actividad política cotidiana, la que observamos diariamente, podemos acotar que si bien las palabras son agentes potenciales de generación de hechos, la diferencia de los resultados radicarà en dos aspectos: el primero, en el factor "qué", trasuntado no sólo en lo atractivo de la instigación sino especialmente en la forma de exposición. A medida que avancemos en este trabajo trataremos de exponer la importancia del medio de comunicación del mensaje y de la forma en

que se realice (oral, visual, etc.), ya que su utilización adecuada influirá preponderantemente en la recepción del contenido del mismo.

El segundo aspecto radica en el factor "quién", en lo atinente a la posición desde la cual, a través de las palabras, se pretende "mover" a otros hombres en pos de un proyecto político. A tal efecto observamos que si la instigación es efectuada desde una posición de autoridad dentro de la estructura político-institucional de una comunidad, dicha posición posee los resortes apropiados que tienden a crear un ambiente favorable para lograr el efecto buscado por el instigador.

De alguna manera, en ello reside en última instancia la lucha de un político para acceder al poder: conquistarlo a los efectos de implementar, con los instrumentos que él facilita, el proyecto político causa de sus desvelos.

De las ideas aquí expuestas nos convendrá subrayar, por su aporte a la Propaganda, las siguientes expresiones:

- La acción política básica como actuación del hombre sobre el hombre.
- La relación Instigación-Respuesta como resultado de una interrelación.
- La influencia de las palabras sobre las conductas.
- La búsqueda del Poder, a los efectos de la cristalización de un proyecto político.

UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

3. EL MUNDO POLITICO Y SU FUNDAMENTO DINAMICO

Lo expuesto precedentemente nos brinda los elementos básicos para incursionar, desde la perspectiva que nos ocupa, en la base fundamental en que radica su dinámica el mundo de lo político: la relación Mando-Obediencia, siendo previamente necesario proceder a la definición de ambos términos.

Mando: "Ocurre con el mando político como con cualquier otro tipo de mando: consiste en la relación jerárquica que se establece en el seno de un grupo por la potencia que una voluntad particular ejerce sobre otras voluntades particulares, modelando así la cohesión del grupo." (1)

Obediencia: "Entendemos por obediencia el acto que consiste en someterse, en interés de una actividad común determinada, a la voluntad de otros para ejecutar sus órdenes o bien para conformar la conducta con sus reglamentos." (2)

De la definición del mando observamos que su raíz se fundamenta en la potencia que ejerce una voluntad sobre otras voluntades. Dicha potencia persigue lograr el consentimiento de aquéllas a los efectos de coordinarlas para que actúen en forma eficaz e inmediata sobre la realidad, logrando su objetivo cuando consigue enlazar armónicamente la voluntad dominante con las voluntades que aceptan su dominación a través del consentimiento, que constituye el factor que le otorga legitimidad al mando.

Así vemos que en la relación dialéctica que se produce entre el Mando y la Obediencia, se nos aparece, desde la perspectiva de ésta, la noción de Legitimidad, a la que JULIEN FREUND define como:

"el consentimiento duradero y casi unánime que los miembros y las capas sociales otorgan a un tipo de jerarquía y a una clase dirigente, para arreglar los problemas interiores por vías distintas a las de la violencia y del miedo consiguiente." (3)

Dicha legitimidad, que otorgan al Mando las voluntades de los gobernados, aparece como contrapartida al hecho que podríamos describir como el de la asunción, por parte de la figura aséptica del Mando, de los atributos de Autoridad; esa asunción

implica que el Mando posee cualidades prestigiosas y representa una opinión o causa reconocida como verdadera por aquéllos sobre los que actúa.

De lo expuesto observamos que en el fenómeno del Mando, dos elementos concuerdan hacia un mismo objetivo: por una parte, un elemento al que podríamos nominar como "esencial" al Mando, cual es la actuación directa sobre las voluntades humanas y, por la otra, un elemento al que otorgamos el carácter de "operativo", que consta de la tendencia natural que el Mando tiene de revestirse con los atributos "áureos" que le confieren los componentes cualitativos de la Autoridad. El objetivo, al que conllevan los citados elementos, se conforma en la necesidad que el Mando tiene de reconocimiento, por parte de las mencionadas voluntades, es decir que éstas le confieran legitimidad.

Como veremos a través del desarrollo de este trabajo, la Propaganda constituirá una pieza indispensable en el mecanismo que el Mando utiliza para lograr el antedicho reconocimiento, y que se aplicará para ejercer influencia en las opiniones que actúan en una sociedad. Esto es debido a que el dominio de la Opinión Pública constituye una de las facetas fundamentales de la actividad política.

Ello nos conduce a mencionar un aspecto que, sobre la naturaleza de la Opinión Pública, nos interesa remarcar. Si entendemos por dicha noción "la convergencia de apreciaciones del mayor número de personas de una colectividad, de tal manera que forman un sentimiento común y dominante y ejercen una presión difusa" (4), observamos que el pivote de esa definición está constituido por las apreciaciones. Ahora bien, ¿cuál será la naturaleza del mecanismo a través del cual se conformarán tales apreciaciones?.

En el trabajo realizado por GINO GERMANI sobre la evolución de la noción de Opinión Pública -en el lapso comprendido entre

los siglos XVIII y primera mitad del siglo XX (5)- se puede observar que en el siglo XVIII el eje del citado mecanismo es situado por el Iluminismo en la Razón, mientras que en el siglo XX, a través de la postura desarrollada por Vilfredo Pareto, dicho eje se traslada al elemento irracional del comportamiento humano.

En efecto, la visión Iluminista que enfoca al hombre como ser racional capaz de alcanzar la verdad por sí sólo, deviene en una concepción de la Opinión Pública en la cual ésta aparece como el resultado de un debate público realizado por individuos dotados de una determinada capacidad racional y discursiva, que les permite alcanzar objetivamente una verdad.

A dicha concepción se opone la postura de Vilfredo Pareto (1848-1923), quien en su obra "Tratado de Sociología General", aparecida en 1916, clasifica a las acciones humanas en "lógicas" y "no-lógicas". Las primeras, en las que existe una adecuación racional entre medios y fines, corresponden a las desarrolladas en las artes, los oficios, las ciencias y, frecuentemente, en la actividad económica.

Las acciones "no-lógicas", en las que no existe tal adecuación racional, corresponden especialmente a los actos políticos y sociales. Según el autor, dichas acciones se hallan compuestas por dos elementos: a) un núcleo (o residuo), constituido por las manifestaciones de los sentimientos y de los instintos y, b) las derivaciones, que constituyen la explicación que los hombres otorgan a sus acciones. De esta forma, en las acciones "no-lógicas" se observa: por un lado, una conducta movida por impulsos irracionales ("residuos") y, por el otro, pseudo explicaciones que los sujetos otorgan, de buena fé, a sus acciones ("derivaciones").

Concerniente a lo expuesto y en lo atinente al propósito de influir sobre la Opinión Pública, el citado autor asevera que:

"En pocas palabras, y aunque sin pretensión de exactitud científica, las ideas deben transformarse en pasiones para influir en la sociedad o, en otros términos, las derivaciones deben tornarse residuos." (6)

Durante el primer cuarto del siglo XX se difunde la obra del Dr. Sigmund Freud (1856-1939) acerca del desarrollo y aplicación de la técnica psicoanalítica. Acerca de las semejanzas existentes entre esa disciplina científica y lo expuesto de la concepción de Pareto, afirma GERMANI que:

"Una posición muy parecida la encontramos en el psicoanálisis. Aquí también se considera a gran parte de las acciones humanas como expresión de impulsos inconscientes acompañados por pseudo explicaciones de orden racional que los sujetos les dan a los otros y se dan a sí mismos. Tales explicaciones son -según un término que se ha popularizado- racionalizaciones. Una ideología -dentro de la terminología psicoanalítica- es, pues, una racionalización, una explicación a posteriori de las acciones cuyo verdadero motivo reside en el inconsciente." (7)

En los fenómenos mentales inconscientes, Freud observó que se podían dividir en dos grupos: por un lado, el de los "pre-conscientes", tales como pensamientos, recuerdos, etc., que, con un esfuerzo de la atención, fácilmente se podían hacer conscientes; por el otro, el grupo al que le reservó el término "inconsciente" en sentido estricto, compuesto por aquellos elementos psíquicos que sólo mediante un esfuerzo considerable podían acceder al nivel consciente. Al último grupo Freud le asignó una gravitante frecuencia e importancia en la generación de pensamientos y en la conducta consciente de la persona humana.

En lo sintéticamente descripto -de lo expresado por la postura Iluminista, por un lado, y la posición que al respecto toman Pareto y Freud por el otro, acerca de la base de sustentación de las apreciaciones que conforman la Opinión Pública, según lo observado a raíz de su definición- podemos determinar

que en la base de dichas apreciaciones operan, no sólo el elemento racional y consciente, sino también, y en forma preponderante, elementos no racionales devinientes de lo inconsciente, no racionales.

Engarzando dicho concepto con la idea de la búsqueda de reconocimiento por parte del Mando, podemos afirmar que la misma opera tanto en el aspecto racional como, y aún en mayor medida, en el sesgo no-racional de la conducta humana. Dicho fenómeno, que ha ocurrido a lo largo de toda la historia de las comunidades políticas, fué acompañado de un creciente protagonismo de la actividad propagandística, la cual, al ir acumulando elementos operativos que mejoraban su idoneidad en la prosecución de los objetivos a alcanzar, fueron brindando al Mando una base cada vez más sólida de sustentación para aspirar al otorgamiento de legitimidad por parte de sus subordinados.

Dominar la opinión y, a través de ella, la conducta de los hombres, he aquí una constante de la actividad política, en la cual realza su protagonismo la Propaganda.

En razón de ello creemos llegado el momento oportuno para ocuparnos del abordaje de los aspectos conceptuales de la misma.



4. LA PROPAGANDA: ASPECTOS CONCEPTUALES

Para comenzar a referirnos al tema, estimamos conveniente recurrir a la definición que la Real Academia Española otorga a los términos Propagar, Propaganda y Propagandista.

Propagar: "(Del latín propagare) tr. Multiplicar por generación u otra vía de reproducción./2. fig. Extender, dilatar o aumentar una cosa./3. fig. Extender el conocimiento de una cosa o la afición a ella."

Propaganda: "(Del latín propaganda, que ha de ser propagada).
f. Congregación de cardenales nominada "De Propaganda Fide", para difundir la religión católica /2. por ext., asociación cuyo fin es propagar doctrinas, opiniones, etc. /3. Acción o efecto de dar a conocer una cosa con el fin de atraer adeptos o compradores."

Propagandista: "adj. Dícese de la persona que hace propaganda, especialmente en materia política." (1)

Tal como surge de la definición del término Propaganda, la Iglesia Católica lo utilizó en sentido sociológico por primera vez, para nominar la Congregación de Propaganda Fide en el año 1622. En esa fecha, a través de la Bula INSCRUSTABILI DIVINE, se organizó en forma completa dicha Congregación que, con actuación informal desde 1572, tenía como misión el estudio de los medios de acción y organización más adecuados para difundir la religión católica y de esa forma, contrarrestar la acción de la Reforma Protestante.

En su acepción contemporánea y desde la perspectiva que nos ocupa, la Propaganda ha sido definida por distintos autores de los cuales podemos mencionar, junto con sus fuentes, a:

- BARTLETT ("Political Propaganda").

"La Propaganda es una tentativa para ejercer influencia en la opinión y en la conducta de la sociedad, de manera que las personas adopten una opinión y una conducta determinadas." (2)

- DOBB, LEONARD ("Public Opinion and Propaganda").

"es el intento sistemático de un individuo (o individuos) interesado en controlar las actitudes y, por consiguiente, las acciones de grupos de individuos mediante el empleo de la sugestión." (3)

- YOUNG, KIMBALL ("La Propaganda")

"es el uso más o menos deliberado, planeado y sistemático de símbolos, principalmente mediante la sugestión y otras técnicas psicológicas conexas, con el propósito, en primer lugar, de alterar y controlar las opiniones, ideas y valores, y en último término, de modificar la acción manifiesta según ciertas líneas predeterminadas. La propaganda puede ser abierta y su propósito confesado, o bien puede ocultar sus intenciones. Se encuentra situada siempre dentro de un marco socio-cultural, sin el cual no pueden comprenderse ni sus rasgos psicológicos ni sus rasgos culturales." (4)

- SHULTZ, RICHARD H. y GODSON, ROY ("Desinformación")

"La Propaganda, en general, puede ser definida como información oral o escrita que intenta deliberadamente influenciar o manipular, o ambas cosas a la vez, las opiniones y actitudes de un agrupamiento dado tomado como blanco." (5)

- FREUND, JULIEN ("La esencia de la política")

"es el arte de crear una corriente de ideas o de dirigir la opinión en un sentido determinado, sea para suscitar una opinión pública con fines partidistas, sea para provocar adhesiones individuales con destino a una causa política, sea para neutralizar las opiniones competidoras." (6)

De las definiciones expuestas se pueden remarcar, con criterio abarcativo, los siguientes aspectos de la noción de Propaganda:

- Se trata de una técnica -más que de un arte, tal como lo califica FREUND- y no de una ciencia, dado que, por un lado, sus raíces conceptuales de conocimiento en que abreva su quehacer provienen de disciplinas científicas tales como: Ciencia Política, Filosofía, Psicología, Sociología, Antropología, Historia, etc.; y, por el otro, su objetivo no radica en la persecución de la verdad, sino en la "habilidosa" conquista de las voluntades humanas.

- Su implementación se efectúa en forma deliberada, más o menos clarificada y sistemática.
- En su desarrollo se utilizan fundamentalmente técnicas psicológicas, dirigidas a operar sobre los destinatarios de sus mensajes, tanto en el nivel consciente cuanto en la esfera de lo inconsciente.
- Sus propósitos, desde el punto de vista político, residen en dos aspectos: a) la creación, alteración o control de opiniones, ideas o valores, y,
 - b) la modificación de las actitudes, a los efectos de obtener una consiguiente modificación en las conductas, de acuerdo a líneas predeterminadas.
- Para cimentar su eficacia, requiere de una clara comprensión del marco socio-cultural en el que se desarrolla.

A los efectos de nuestro trabajo, que no persigue la profundización conceptual de la actividad propagandística, caben agregar algunas características que consideramos típicas de la misma:

- a) Es una consecuencia inevitable de la multiplicidad y rivalidad de opiniones que existen en una sociedad. Debido a ello, y desde la perspectiva del Poder, a través de la Propaganda se trata de articular dichas opiniones con el objeto de convertirlas en un reflejo de la idea que sustenta o de la opinión que el mismo manifiesta.
- b) Al actuar sobre la voluntad de los individuos de una sociedad, la Propaganda no suele apartarse, en cuanto marco referencial, del contexto político, económico y social en el que los mismos se hallan insertos.

Por lo tanto, la actividad propagandística que se desarrolla desde el Poder debe estar acompañada necesariamente por la actuación idónea de éste sobre la realidad, que se

trasuntará en medidas de gobierno cuyo acierto permitan ofrecer el marco de suficiente credibilidad a partir del cual la Propaganda podrá obtener eficacia en su accionar.

- c) En razón que el basamento de la actividad política está constituída por la influencia ejercida sobre la voluntad humana, ningún gobierno puede prescindir del instrumento que, para actuar sobre ella, le proporciona la Propaganda.
- d) La Propaganda alimenta el conglomerado de creencias que, como expusimos anteriormente, es uno de los componentes del mundo político.

En efecto, al entender por "creencia" aquella idea u opinión que se da por supuesta, por descontada, aquello sobre lo que se está y sobre lo cual no se piensa -de acuerdo a la noción que al término brinda José Ortega y Gasset en varias de sus obras- vemos que el hombre necesita en forma permanente contar con ese piso, con esa tierra firme que le ofrezca seguridad a su existencia. Es decir, el hombre necesita creer en un marco referencial básico en el cual se desarrolla su vida. Cuando ese marco, en determinada circunstancia, es atacado por tendencias centrífugas, el piso de creencias tambalea pero la necesidad subsiste: he ahí cuando la Propaganda actúa sobre ésta para ofrecerle una pseudo-satisfacción.

- e) La propaganda, para ser eficaz, necesita que el régimen que la utiliza tenga como base un sistema coherente de ideas que fundamenten el ejercicio del poder, es decir que posea un basamento ideológico. Esta característica nos conduce al entrelazamiento entre Propaganda e Ideología, que constituye, como veremos más adelante, el rasgo distintivo del accionar de la Propaganda Moderna. Por lo tanto, corresponde fijar suscintamente los rasgos distintivos de la ideología. A los efectos de este estudio y dada la vastedad de concepción del término Ideología, del

cual G. Gurvitch en su obra "El concepto de clases sociales de Marx a nuestros días" mencionó trece acepciones distintas (7), tomaremos como válida la definición que sobre el mismo efectúa G. BURDEAU, por comparación con la noción de Opinión:

"Una ideología es un sistema de ideas y postulados que se presenta lo suficientemente completo como para servir de base a la totalidad de las soluciones que requieren los problemas políticos." (8)

Con el objeto de profundizar la comprensión de dicha definición, resaltaremos los caracteres sobresalientes que el citado autor otorga al término (9):

- a) tiende a la homogeneidad del grupo o comunidad donde actúa;
- b) constituye sistemas intelectuales coherentes e indivisibles;
- c) explota para su provecho la dinámica histórica, a los efectos de obtener legitimidad;
- d) posee un carácter dogmático, al rehuir la discusión de ideas sobre su fundamento;
- e) constituye un elemento "fijador" de la realidad; es decir, en lugar de enriquecerse por el natural devenir de la dinámica socio-política de una sociedad, trata de petrificarla a través de un corsé que le fije las dos orillas de un cauce en el cual pretende hacerla transcurrir;
- f) persigue, como objetivo último, ejercer una profunda influencia sobre la totalidad de la personalidad humana, a los efectos de que sus formas de pensamiento, vocabulario, actitudes y comportamientos, se adecuen a sus postulados.

Al respecto de ello J. FREUND señala:

"Tal vez haya que añadir que la tendencia al totalitarismo es innata en la ideología, incluida la ideología democrática, y que, por consiguiente, las guerras hechas en su nombre no son ya totales militarmente,

en el sentido de Ludendorff, sino globalmente en el sentido de Hitler y de los de más ideólogos que utilizan la política para transformar radicalmente al hombre y crear tipos humanos nuevos: nazi, comunista y otros." (10)

La descripción conceptual de la Propaganda y de la Ideología, nos conduce al fenómeno que origina la interacción de ambos elementos: la aparición de la Propaganda Moderna.

Al respecto cabe remarcar que lo hasta aquí descripto como concepto de Propaganda corresponde a las características que dicho término adquiere a partir, fundamentalmente, de la Revolución Bolchevique de 1917, y que tiene como antecedentes, en forma mediata, la actividad propagandística realizada durante el período de la Revolución Francesa de 1789; y en forma inmediata, la propaganda desarrollada durante la I Guerra Mundial.

5. LA APARICION DE LA PROPAGANDA MODERNA

En la introducción a su obra "Historia de la Propaganda", el autor contemporáneo JACQUES ELLUL menciona conceptos que consideramos importante reproducir:

- a) "La propaganda actual presenta caracteres que no se encuentran en ninguno de los fenómenos políticos del pasado. De ello se suscita o bien la precisión de elegir una definición demasiado vaga o, teniendo en cuenta la situación contemporánea, concluir que en el pasado no hubo jamás propaganda. A decir verdad, salvo algunas excepciones, ésta apenas existió. Antes de nuestra época no aparece en ningún momento como un fenómeno específico que precise una definición o consideración especiales. ...Es la realidad de la propaganda moderna lo que ha atraído nuestra atención sobre este fenómeno y nos ha inducido a buscar sus orígenes en el pasado. Sólo a partir de nuestra experiencia actual nos ha sido posible otorgarle un nombre." (1)

- b) "...en el universo político han existido fenómenos comparables (pero no idénticos) a lo que hoy día denominamos con este nombre (N. del A.: se refiere al término Propaganda)..." (2)
- c) A dichos fenómenos el autor los caracteriza como "...el conjunto de métodos utilizados por el poder (político o religioso) para obtener determinados efectos ideológicos o psicológicos." (3)

El citado autor establece que la actividad propagandística desarrollada durante la Revolución Francesa se erige como el antecedente mediato de la aparición de la propaganda moderna. Esta, favorecida por condiciones propicias tanto desde el punto de vista técnico como del sociológico, se constituye según ELLUL:

"...debido a dos accidentes históricos: la guerra de 1914, y la revolución de 1917. La primera condujo a la aparición de la propaganda moderna de forma un tanto incoherente y temporal, pero la segunda la convirtió en sistemática y duradera." (4)

En concordancia con lo expresado acerca de la Revolución Francesa como antecedente mediato de la Propaganda Moderna y con lo anteriormente mencionado acerca del entrelazamiento entre Propaganda e Ideología, JEAN-MARIE DOMENACH expresa que:

"la fusión de la ideología con la política da otro tipo de propaganda, de tendencia totalitaria, ligada estrechamente con la progresión táctica que actúa en todos los planos de lo humano; no se trata ya de una actividad parcial y pasajera, sino de la expresión misma de la política en movimiento, como voluntad de conversión, de conquista y de explotación. Esta propaganda está ligada con la introducción de las grandes ideologías políticas conquistadoras (jacobinismo, marxismo, fascismo) en la historia y con el enfrentamiento de naciones y bloques de naciones en las nuevas guerras."

"Esta propaganda política data desde la Revolución Francesa." (5)

Dado que el objeto de nuestro estudio está constituido por el análisis de la aparición, características fundamentales y transformación de la Propaganda Moderna, tomamos como punto de partida de ella a la actividad propagandística desarrollada en los primeros años de la Revolución Bolchevique de 1917, siendo necesario previamente describir, de manera sucinta, los fenómenos históricos que como antecedentes y, de acuerdo a lo expresado, coadyuvaron a su manifestación:

- 1) El antecedente mediato: la Propaganda en la Revolución Francesa.
- 2) Las transformaciones socio-culturales en el siglo XIX.
- 3) El antecedente inmediato: la Propaganda en la I Guerra Mundial.

Los citados antecedentes constituyen el preludio de lo que consideramos como la primera etapa de la Propaganda en el siglo XX, a la que signamos con la nominación de Propaganda Moderna, que transcurre desde 1917 hasta los años inmediatamente posteriores a la finalización de la II Guerra Mundial. A partir de ese período estimamos que la Propaganda penetra en una segunda etapa a la que designamos como de la Propaganda Contemporánea, y que se halla signada, entre otras causas que oportunamente mencionaremos, por la actividad de dos fenómenos que inciden en su aspecto cualitativo, al que transforman: por un lado, la acción de los medios de comunicación masivos, primordialmente la televisión y, por el otro, la profundización de la influencia de la Publicidad en el ámbito de la Propaganda.

Pero antes de comenzar a transitar por el camino señalado, y a modo de cierre de esta parte introductoria, deseamos resaltar algunos aspectos de la propaganda, que estimamos valederos para comprender su incidencia en la cultura política de nuestros tiempos. Dichos aspectos los desarrollaremos brevemente a través de la enunciación de tres factores, a los que denominamos: a) El factor humano. b) El factor técnico. c) El factor limitativo.

a) El Factor Humano

Este factor se encarna tanto en el hacedor, el "factotum", el propagandista, quien desde un polo del acto comunicativo desarrolla su actividad, como en el receptor, que situado en el otro polo, constituye el "blanco de impacto" de la labor de aquél.

Actualmente, el propagandista se ha convertido en un técnico, debido a la complejidad de conocimientos que debe manejar para que, a través de su implementación, pueda lograr la adhesión al mensaje que comunica.

Dicho mensaje, a través de múltiples formas y abarcando distintos ámbitos de la actividad humana, tratará de obrar sobre el pensamiento del receptor, "su blanco de impacto", para que éste modifique sus opiniones y comportamientos personales y sociales de acuerdo a los objetivos por aquél perseguidos.

b) El Factor Técnico

La propaganda, a través de su desarrollo en nuestro siglo, se ha convertido en una técnica que aspira, de alguna manera, al control social. En el momento de su aparición, como veremos al tratar la Propaganda Leninista, su actividad se verá reforzada por la coacción, elemento ajeno a la misma; pero más tarde, y dado el perfeccionamiento de su empleo como así también el cambio de circunstancias históricas, el citado control social se ejercerá de forma cada vez más sutil, mediante la persuasión.

Es esa actividad de persuasión la que se ejerce tanto desde el campo privado como desde el público, ya que el mismo aparato gubernamental la utiliza para explicar y convencer. Por ello, la Propaganda queda integrada dentro del marco social y político de la sociedad contemporánea.

c) El Factor Limitativo.

Si bien se podría aceptar que, desde el campo individual, la Propaganda encuentra límite a su penetración en la solidez de la estructuración de personalidad de sus destinatarios, ese criterio queda amortiguado debido a que el perfeccionamiento de sus técnicas les ha llevado a incursionar en todos los ámbitos del desarrollo de la persona, en pro de que dicha solidez se pueda licuar y amoldarse a sus objetivos.

Lo que sí se puede sostener es que la Propaganda, para lograr efectividad, debe hallarse en concordancia con los hechos, apoyarse en ellos, a los efectos que el receptor se persuada al ver una relación directa entre la postulación y la realización. De ello se desprende que es la realidad, con toda su complejidad, la que constituye el desafío que la Propaganda no puede obviar.

Y es esa lucha entablada entre los esfuerzos de la Propaganda para dominar la realidad y la resistencia que ésta ofrece a través de la contundencia de los hechos, la que estimamos tiñe la actividad política de nuestro tiempo.

Al respecto manifiesta J. DRIENCOURT:

"El reino contemporáneo de la propaganda es un hecho. Es una característica de una nueva forma de civilización. Los historiadores del porvenir dirán que el siglo XX fue el siglo de la Propaganda." (6)

Pero este fenómeno, ¿cómo aparece?, ¿cuáles son sus elementos "preparatorios" que fomentan su entrada para encarnar tal protagonismo en la escena política de nuestro siglo?

Ahora sí creemos llegado el momento para que, corriendo el telón de tal escenario político, el lector pueda observar los antecedentes de la Propaganda Moderna.

BIBLIOGRAFIA CORRESPONDIENTE A LA INTRODUCCION

1. EL MUNDO POLITICO

BIBLIOGRAFIA DE REFERENCIA

- BURDEAU, GEORGES: "Método de la Ciencia Política". Ediciones Depalma, Bs.As., 1964 (Capítulo I - Sección 3,3.).

2. EL MUNDO POLITICO: REINO DE LA INSTIGACION

BIBLIOGRAFIA DE REFERENCIA

- JOUVENEL, BERTRAND de.: "La teoría pura de la política". Ediciones de la Revista de Occidente, Madrid, 1965, (Parte 1ra.: Capítulos 1 y 3 - Parte 3ra.: Capítulo 1 - Parte 4ta.: Capítulo 1).
- BELLOC, HILAIRE.: "La Revolución Francesa". Editorial Sudamericana, Colección Piragüa, Volumen N° 122, Bs.As., 1967, (Capítulo II).

3. EL MUNDO POLITICO Y SU FUNDAMENTO DINAMICO

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) FREUND, JULIEN: "La esencia de lo político". Editora Nacional, Madrid, España, 1968. (pág. 129).
- (2) FREUND, JULIEN: Obra citada. (pág. 187).
- (3) FREUND, JULIEN: Obra citada. (pág. 322).
- (4) FREUND, JULIEN: Obra citada. (pág. 491).
- (5) GERMANI, GINO: "Surgimiento y crisis de la noción de Opinión Pública". Artículo incluido en: YOUNG, KIMBALL y otros: "La opinión pública y la Propaganda". Editorial Paidós S.A.I.C.F. - Biblioteca del Hombre Contemporáneo, Volumen 190, Bs.As., 1980. (págs. 100 a 109).

- (6) BORKENAU, FRANZ: "Pareto". Fondo de Cultura Económica. Primera reimpresión en español, Méjico, 1978. (pág. 140).
- (7) GERMANI, GINO: Artículo citado (pág. 107).

BIBLIOGRAFIA DE REFERENCIA

- FREUND, JULIEN.: "La esencia de lo político". Obra citada (Capítulos III y VI).
- GERMANI, GINO.: "Surgimiento y crisis de la noción de Opinión Pública". Artículo citado.
- BURNHAM, JAMES.: "Los Maquiavelistas. Defensores de la libertad". EMECE Editores, S.A. - Bs.As., 1945. (Parte VI).
- BORKENAU, FRANZ.: "Pareto". Obra citada. (Capítulos II, III y IV).
- BRENNER, CHARLES.: "Elementos fundamentales de psicoanálisis". Editorial Libros Básicos S.C.A. - 4ta. Edición. Bs.As., Agosto de 1977. (Capítulo I).

4. LA PROPAGANDA: ASPECTOS CONCEPTUALES

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. "Diccionario de la Lengua Española". Impreso en dos tomos por Espasa Calpe S.A. - Vigésima Edición. Madrid, 1984. (Tomo II, pág. 1111).
- (2) DOMENACH, JEAN MARIE.: "La propaganda política". EUDEBA. Tercera edición. Bs.As., 1966. (pág. 8).
- (3) BROWN, J.A.C.: "Técnicas de persuasión". Alianza Editorial. Colección "El Libro de Bolsillo", volumen N° 682, Segunda edición. Madrid, 1981. (pág. 19).
- (4) YOUNG, KIMBALL.: "La Propaganda". Artículo incluido en: YOUNG, KIMBALL y otros: "La Opinión Pública y la Propaganda". Obra citada. (pág. 201).

- (5) SHULTZ, RICHARD H. y GODSON, ROY.: "Desinformación. Medidas activas en la estrategia soviética". Editorial CLIO S.A. Bs.As., 1986. (pág. 37).
- (6) FREUND, JULIEN.: "La esencia de lo político". Obra citada (pág. 508).
- (7) BURDEAU, GEORGES.: "Método de la Ciencia Política". Obra citada (pág. 400).
- (8) Idem. (pág. 400).
- (9) Idem. (pág. 404 y siguientes).
- (10) FREUND, JULIEN.: "La esencia de lo político". Obra citada. (pág. 536).

BIBLIOGRAFIA DE REFERENCIA

- BROWN, J.A.C.: "Técnicas de persuasión". Obra citada (Capítulo I).
- FREUND, JULIEN.: "La esencia de lo político". Obra citada. (Capítulo VI).

5. LA APARICION DE LA PROPAGANDA MODERNA

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) ELLUL, JACQUES.: "Historia de la Propaganda". Monte Avila Editores C.A. - Caracas, 1970 (pág. 7).
- (2) Idem.
- (3) ELLUL, JACQUES. Obra citada (pág. 8).
- (4) ELLUL, JACQUES, Obra citada (pág. 155).
- (5) DOMENACH, JEAN-MARIE.: "La propaganda política". Obra citada (pág. 18).
- (6) DRIENCOURT, JACQUES.: "La Propaganda, nueva fuerza política". Editorial HUEMUL S.A. - Bs.As., 1964. (pág. 39).

BIBLIOGRAFIA DE REFERENCIA

- ELLUL, JACQUES.: "Historia de la Propaganda". Obra citada (Introducción - Capítulo IV, Tema I).

CAPITULO I

LOS ANTECEDENTES DE LA PROPAGANDA MODERNA



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

I.1. LA PROPAGANDA EN LA REVOLUCION FRANCESA

I.1.1. EL MARCO DOCTRINARIO DE LA PROPAGANDA

A los efectos de lograr una mayor comprensión de la propaganda efectuada durante la Revolución Francesa estimamos necesario, en forma previa, brindar suscintamente un esquema de los aspectos que denominaríamos como básicos y que alimentaron el marco doctrinario que, en primer término, precedió al desarrollo de la misma y, en segunda instancia, predominó durante su desenvolvimiento.

A) El Siglo XVIII y las ideas políticas

a) Su difusión.

Durante este siglo se organiza la difusión de las ideas políticas, a través de la multiplicación de los centros de reflexión y de los órganos de difusión y propaganda.

b) Su expresión.

Es una época en la que el vocabulario político sufre una verdadera conmoción. En este aspecto, por ejemplo, la palabra social adquiere su sentido moderno a partir de la obra de J.J. Rousseau, "El Contrato Social". Asimismo en la "Enciclopedia", obra colectiva aparecida hacia 1772, la palabra pueblo connota a la parte más numerosa y necesaria de la nación.

c) Las ideas dominantes.

De las mismas interesa recalcar:

- La Virtud: ésta se laiciza, separándose la moral del sentimiento religioso.
- La Razón: en la obra "El Catecismo Universal", de Saint-Lambert, se la define como "el conocimiento de las verdades útiles para nuestra felicidad", engarzándose este concepto con la definición de ley, realizado en la "Enciclopedia":

"La ley, en general, es la razón humana en tanto que gobierna todos los pueblos de la tierra; y las leyes políticas y civiles de cada nación no deben ser más que los diversos casos particulares en lo que se aplica esa razón humana." (1)

B) La influencia de J.J. Rousseau

De la producción literaria de Juan Jacobo Rousseau (1712-1778), la obra que mayor trascendencia ha tenido en el campo de la Filosofía Política es, sin duda alguna, el "Contrato Social", aparecida en 1762. Con respecto a su influencia sobre el ideario de la Revolución Francesa, H. BELLOC atribuyó a dicha obra ser "el texto de la Revolución", y refiriéndose a la misma expresó:

..."ese libro que por su estilo y su rigor lógico puede compararse a una exacta y resistente obra de ingeniería. Lo llamé el "Contrato Social", y se convirtió en la fórmula del credo revolucionario." (2)

A los efectos de este estudio, interesa remarcar los principales conceptos vertidos en la obra que, a nuestro criterio, tuvieron influencia sobre la actividad política y propagandística del período que nos ocupa:

a) La unidad del cuerpo social.

Ella se logrará mediante el pacto social, que se formaliza con la comunidad y, mediante el cual, cada uno se une a todos pero a nadie en particular, poniendo su persona y su poder bajo la suprema dirección de la voluntad general; por lo tanto, permanece tan libre como antes debido a que no obedece más que a sí mismo.

b) El Soberano.

Es la voluntad general, representada por la voluntad de la comunidad, que difiere cualitativamente de la voluntad de los particulares y cuya expresión está constituida por la ley.

Esa característica de soberanía posee una cualidad específica en razón de ser: inalienable, indivisible, infalible y absoluta.

El soberano se halla corporizado en el pueblo, que establece las leyes colectivamente, teniendo éstas un valor trascendente.

c) El gobierno.

Está conformado por el grupo de hombres que, ejecutando las leyes, se constituyen en meros depositarios del poder en su calidad de "ministros del soberano".

d) La religión civil.

Considera que el medio más eficaz para lograr la unidad social está constituido por la religión civil, mediante la estrecha asociación entre el poder civil y el religioso.

Dicha religión se diferencia de todas las otras religiones y su esencia la sintetiza Rousseau de la siguiente manera:

"Los dogmas de la religión civil deberían ser sencillos, pocos, enunciados con precisión, sin explicaciones ni comentarios. La existencia de la Divinidad poderosa, inteligente, benéfica, previsora y providente, la vida venidera, la ventura de los justos, el castigo de los malvados, la santidad del contrato social y de las leyes: éstos son los dogmas positivos. En cuanto a los dogmas negativos, los limito a uno sólo: la maldad de la intolerancia." (3)

Cabe destacar que Rousseau es el único de sus contemporáneos que se aproxima a la comprensión de la importancia del rol de lo religioso en la actividad política.

Antes de presentar al lector el marco doctrinario predominante durante la Revolución, estimamos conveniente expresar, en

calidad de válida disgresión, que el período en que se describirá suscintamente las actividades propagandísticas desarrolladas durante la misma, comprende el lapso que transcurre desde 1789 a 1799. A dicho lapso el P. JOSE MUNDO, S.J. (4) lo divide en las siguientes etapas, de acuerdo al predominio del organismo que ejerciera el poder supremo:

1789 - 1791: Etapa de la Asamblea Constituyente.

1791 - 1792: Etapa de la Asamblea Legislativa.

1792 - 1795: Etapa de la Convención Nacional.

1795 - 1799: Etapa del Directorio.

C) El marco doctrinario predominante.

Del mismo interesa referirnos brevemente, por un lado, a la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, y, por el otro, a las ideas de los Jacobinos.

La Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano.

Los conceptos doctrinarios establecidos por esta Declaración -proclamada por la Asamblea Constituyente en 1789- que interesan remarcar debido a su contribución al establecimiento del "climax" en el que se desarrolló la actividad propagandística son, según los expone TOUCHARD (5), los siguientes:

- La igualdad: "Los hombres nacen y permanecen libres e iguales en derechos." (Artículo 1°).
- La soberanía de la nación: "El principio de toda soberanía reside esencialmente en la nación. Ningún cuerpo, ningún individuo puede ejercer autoridad que no emane expresamente de ella." (Artículo 3°).
- La libertad: "La libertad consiste en poder hacer todo lo que no dañe a los demás." (Artículo 4°).

- La ley: "La ley es la expresión de la voluntad general". (Artículo 6°).
- La libertad de opinión: ... "ningún hombre puede ser inquietado por sus opiniones, ni siquiera religiosas". (Artículo 10°).
- La propiedad: "Siendo la propiedad un derecho inviolable y sagrado, nadie puede ser privado de él, a no ser que la necesidad pública, legalmente constituida, lo exija con toda evidencia y bajo la condición de una justa y previa indemnización." (Artículo 17°).

Las ideas de los Jacobinos

Las ideas de este grupo de revolucionarios -reunidos en un club o asociación que tomó su nombre en razón de su sitio de encuentro, el antiguo templo de Santiago o Jacobo- si bien no conformaron un cuerpo sólido de pensamiento, delinearon aspectos conceptuales que se corporizaron, a partir de 1793, en el ámbito de la praxis políticas.

A partir de ese año, en el que la nación francesa se encuentra enfrentada bélicamente con potencias europeas y a lo cual nos referiremos oportunamente, aparecen determinados conceptos que caben destacar: (6)

- La idea de "la nación en armas", como nueva concepción de la guerra;
- una nueva dimensión del patriotismo, que supone el derecho de cada pueblo a su autodeterminación;
- las virtudes del hombre revolucionario: "Un hombre revolucionario es un héroe de buen sentido y de probidad" (SAINT-JUST);
- la fusión entre moral pública y moral privada;
- la religión civil, sostén principal del gobierno revolucionario;

- la formación de una "conciencia pública" (SAINT-JUST), a través de la elaboración y ejecución de planes de instrucción nacional.

Habiendo presentado, según el enfoque enunciado, un brevísimo esquema del marco doctrinario que encuadró la actividad propagandística en el período que nos ocupa, nos disponemos seguidamente a enunciar los factores que facilitaron la alimentación del desarrollo de la misma.

I.1.2. LOS FACTORES FACILITADORES DE LA ACTIVIDAD PROPAGANDÍSTICA.

A) La legitimación del poder.

Dado que el asiento de la soberanía se translada, a raíz de la caída del régimen, desde la institución de la monarquía hacia la nación, corporizada en el pueblo, era preciso hacerle tomar conciencia a éste por todos los medios a fin de concientizarlo y movilizarlo para la acción; ello revertiría en un otorgamiento de legitimidad al nuevo soberano.

Desde el punto de enfoque del pueblo francés aparece en él, en forma concomitante, la necesidad de aferrarse a un nuevo marco valorativo dada la transformación cualitativa que sufre la sociedad durante el período 1790-1795, en el que se producen cambios que alteran todas las instituciones. Así, por ejemplo:

- a) En la estructura social: con la desaparición de las corporaciones; la modificación del concepto de propiedad; la instauración del matrimonio civil.

- b) En la estructura del pensamiento: afirmación del modo de pensar racional en desmedro del peso ejercido hasta entonces por las tradiciones y por la influencia de lo religioso.
- c) En la estructura valorativa: se rechaza la moral tradicional; se instaure la religión civil; se reemplaza la fidelidad al rey por la adhesión a los valores de Patria, Libertad, Igualdad, Fraternidad. A este hecho debe adicionársele la muerte en la guillotina de Luis XVI, ocurrida en 1793, que connota un potente golpe psicológico tal en las capas populares, que podría asimilarse al producido por un parri^{ci}cidio.

Debido a los fenómenos expuestos, el pueblo necesitaba de guías que, debido a la conmoción en que se encontraba en el citado período, le brindaran un nuevo marco normativo de referencia. Es por ello que la acción propagandística, por un lado, se convierte en una necesidad y, por el otro, es a través de ella por medio de la cual los flamantes detentadores del nuevo orden tratan de obtener consenso al mismo.

B) La Guerra y la Revolución

En forma simultánea al desarrollo de la enunciada transformación del marco valorativo ocurrida entre 1790-1795, la nación francesa vivió inmersa en un clima bélico debido a la guerra contra la denominada Primera Coalición, cuyos componentes principales eran Austria y Prusia a los que, a la muerte de Luis XVI, se agregan Inglaterra y España.

Hasta ese momento el escenario europeo estaba acostumbrado a presenciar un cierto tipo de guerras: las guerras dinásticas, que reunían las siguientes características:

- a) Eran disputas entre las casas reinantes de Europa, motivadas generalmente por razones de mayor adquisición de territorios y rentas, pero limitadas por el respeto al marco de valores políticos imperantes en esa época en Europa.

- b) Los ejércitos contendientes tenían una especial característica de profesionalidad: mientras que el cuerpo de oficiales estaba compuesto por elementos provenientes de la nobleza, que veía en la carrera militar su principal campo de actividad, la tropa se hallaba constituida por hombres de condiciones económicas precarias, que se habían entregado a una suerte de servidumbre, que en ciertos momentos asumía rasgos emocionantes.

Los enfrentamientos internos ocurridos a partir de los sucesos de 1789 habituaron al pueblo a la presencia física de las armas y a la discusión de los sucesos bélicos.

Posteriormente, y ante la guerra contra la Primera Coalición, aparecen las ideas Jacobinas de "la patria en peligro" y de "la nación en armas", otorgándole a la contienda bélica una nueva concepción.

Alimentando dicha nueva concepción Carnot, el militar organizador de las primeras guerras revolucionarias y predecesor de Napoleón Bonaparte da forma concreta junto a Danton, según lo expresa HILAIRE BELLOC:

"a la ley de conscripción mediante la cual la Revolución Francesa aumentó de repente sus fuerzas armadas en casi medio millón de hombres, restauró la tradición romana y echó las bases del sistema militar del que Europa depende hoy." (7)

Debido a lo expuesto, la guerra tomó el carácter de "nacional", engarzándose su razón de ser con la causa de la Revolución. La conformación de los cuadros del nuevo "ejército nacional", privilegió en la composición de su oficialidad la lealtad al dogma revolucionario, mientras que las tropas estuvieron compuestas por los "ciudadanos-soldados".

Esta reconversión del ejército profesional a ejército nacional precisó un constante accionar de la propaganda a los efectos de, por un lado, proporcionar a los combatientes razones

trascendentes para combatir con convicción y, por otro, al resto del pueblo para convencerlo que la razón de la guerra era justa y santa.

C) El factor religioso.

En vísperas de la Revolución la vida religiosa en Francia presentaba, a grandes rasgos, las siguientes características:

- a) La irrupción, en su ámbito de competencia, de las influencias de las ideas racionalistas y deístas provenientes del Iluminismo y del Enciclopedismo.
- b) La influencia latente, que luego emergerá a la superficie, de la idea de Rousseau acerca de la necesidad de una religión civil.
- c) La influencia del sector Calvinista, potente y numeroso, que arrastraba un enfrentamiento con la monarquía desde el reinado de Luis XIV, durante el cual se le quitó los privilegios que lo convertía prácticamente en un Estado dentro de otro Estado.

Dicho sector siguió conservando su potencia a través de cerca de cien años, durante los cuales no sólo aprovechó los ataques a la Iglesia provenientes del escepticismo reinante sino que, luego del hecho revolucionario, fue una de las fuerzas anticlericales más vigorosamente organizadas.
- d) La situación de la Iglesia Católica como institución, en dicho país.

Acerca de este último aspecto creemos útil comentar que en ese período, mientras que por un lado la fé católica se hallaba en un bajo nivel de sustentación, por el otro, las jerarquías de la Iglesia se veían, ante los ojos de los feligreses, como estrechamente vinculadas a la monarquía.

Ya durante la etapa revolucionaria, el punto de partida histórico del enfrentamiento entre el nuevo régimen y el Catolicismo lo constituye la presentación ante la Asamblea Constituyente del proyecto elaborado por un comité parlamentario, para la reforma de la Constitución de la Iglesia en Gاليا, hecho ocurrido el 30 de mayo de 1790.

Al respecto, H. BELLOC expone que:

"La propuesta, a cargo de representantes fortuitos elegidos ad-hoc, para cambiar las diócesis de la Francia católica, la decisión de un efímero cuerpo político en cuanto a limitar a tales o cuales vínculos (que eran muy débiles) la unión entre la Iglesia de Francia y la Santa Sede, la supresión de los capítulos de catedrales, la propuesta de contornos burlescos de que los obispos fueran elegidos, aún más, de que los sacerdotes lo fueran, la sumisión de la jerarquía en asuntos de residencia y traslaciones a una autoridad civil que se declaraba abiertamente indiferente en materia religiosa, todo esto desconcierta a la mente moderna. ... ¿Cómo, nos preguntamos, hombres de tanta cultura, tan entusiastas, tan diligentes y en tan íntimo contacto con todas las realidades de su tiempo, pudieran cometer un error de esa magnitud? ... La respuesta hay que hallarla en ...: el eclipse temporario de la religión en Francia antes que estallara la Revolución." (8)

La asamblea aprobó dicho proyecto que tomó el nombre de Constitución Civil del Clero, el 12 de julio de 1790; posteriormente, el documento fué denunciado por el Papa Pío VI, a través del breve "Caritas", en 1791.

Este punto de partida del enfrentamiento entre el poder político y la Iglesia fué el inicio de un período de recrudescimiento en las relaciones entre ambos. Por el lado del clero, su gran mayoría se niega a prestar juramento a la Constitución establecida en 1791, que incluía la Constitución Civil del Clero.